

---

**”Venho por meio desta carta informar que estou namorando”**: as dinâmicas das relações de parassocialidade entre ídolos de K-pop e seus fãsGiovana Juliatto BORDINI<sup>1</sup>

Universidade Paulista, São Paulo, SP

**RESUMO**

Este artigo tem como objetivo discutir como as relações entre os ídolos do K-pop e seus fãs são pautadas em relações de parassocialidade (ABIDIN, 2021) a partir do caso da cantora Karina do grupo feminino de K-pop Aespa, que teve seu relacionamento com seu ex-parceiro, o ator Lee Jae-Wook, exposto pela mídia sul coreana e precisou se retratar com seus admiradores por meio de uma carta escrita a punho pedindo desculpas por estar em um relacionamento amoroso. Este artigo propõe através da análise de conteúdo, observar como os fãs brasileiros da cantora reagiram com a notícia de seu breve relacionamento na plataforma X.

**Palavras-CHAVE:** cultura pop; k-pop ; fãs; parassocialidade.

A vida das celebridades, especialmente dos ídolos de K-pop, sempre foi marcada por uma constante falta de privacidade, algo que expõe um paradoxo inerente à fama: a visibilidade desejada vem sempre acompanhada de uma invasão persistente da vida privada. Essa contradição que existe levanta questões críticas não só sobre os limites que devem ser colocados entre as relações de fãs e seus ídolos, mas também sobre informações que devem permanecer fora dos holofotes, e o que pode ser compartilhado sobre esses artistas.

Diante desse cenário, o objetivo desta pesquisa é investigar a dinâmica das relações parassociais entre ídolos de K-pop e seus fãs, focando na superexposição midiática e nos impactos dessas interações sobre a vida privada dos artistas. Também busca explorar as implicações culturais e contratuais da indústria, analisando como a privacidade é sacrificada em nome da carreira e do entretenimento.

Os ídolos do K-pop e seus fãs formam laços emocionais intensos que criam uma sensação única de proximidade, muitas vezes ultrapassando a realidade. Essa dinâmica é impulsionada pela idealização dos artistas e pela parassocialidade, onde os fãs se sentem conectados emocionalmente, embora essa relação não seja recíproca. A interação

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNIP, e mail: [bordini.giovanaj@gmail.com](mailto:bordini.giovanaj@gmail.com)

---

frequente através de redes sociais, conteúdos exclusivos e eventos ao vivo intensifica essa intimidade, reforçando a sensação de proximidade entre ídolos e fãs.

Essa pesquisa se justifica pela crescente visibilidade e influência global do K-pop, que expõe os ídolos a uma intensa atenção pública. Isso reflete tanto questões culturais quanto a necessidade de entender os limites entre vida pública e privada na indústria do entretenimento.

As relações parassociais são fundamentais para a popularidade da indústria do K-pop e levam à imposição de políticas contratuais que obrigam os ídolos a renunciar a aspectos essenciais de uma vida normal, como relacionamentos amorosos. Para contornar essas exigências, alguns artistas optam por restringir o compartilhamento de informações pessoais, buscando manter uma certa privacidade. No entanto, a cultura de grande exposição midiática no K-pop resulta em frequentes invasões da vida privada dos artistas, que enfrentam a constante demanda por acesso a seus assuntos pessoais.

A superexposição midiática e a parassocialidade têm acompanhado o K-pop desde os anos 1990, mas esse tema ressurgiu quando a vida social dessas estrelas da música é exposta e causa até uma certa comoção negativa entre seus fãs. Algo que aconteceu no começo de 2024, quando a cantora Karina, integrante do grupo feminino de K-pop Aespa, teve que pedir desculpas aos fãs após os tabloides revelarem seu namoro com o ator Lee Jae-Wook, conhecido por protagonizar dramas asiáticos como “Alquimia das Almas” (2023) e “Extraordinária Você” (2022). Os fãs de Karina enviaram caminhões com televisores e mensagens para a SM Entertainment, reagindo rapidamente à revelação de seu namoro. A situação ganhou destaque na comunidade de fãs, especialmente após o término do casal ser divulgado apenas cinco semanas após o anúncio inicial<sup>2</sup>.

É essencial notar que a falta de privacidade dos ídolos do K-pop resulta de uma cultura de superexposição midiática e parassocialidade. Este fenômeno não só impõe restrições à vida pessoal dos artistas, como também revela diferenças culturais na recepção de informações sobre seus relacionamentos. Enquanto fãs asiáticos geralmente desaprovam ídolos namorando, fãs ocidentais tendem a ser mais tolerantes. Esses

---

<sup>2</sup> “Karina (aespa) e Lee Jae-Wook confirmam o fim do relacionamento”. Disponível em: <[https://revistakoreain.com.br/2024/04/karina-aespa-e-lee-jae-wook-confirmam-o-fim-do-relacionamento/#google\\_vignette](https://revistakoreain.com.br/2024/04/karina-aespa-e-lee-jae-wook-confirmam-o-fim-do-relacionamento/#google_vignette)>. Acesso em: 30 jun. 2024.

---

contrastes culturais refletem as distintas expectativas em relação à vida pessoal e profissional das celebridades no cenário global.

Enquanto os fãs do ocidente estão acostumados com estrelas que compartilham um pouco de suas vidas pessoais, especialmente em relação a relacionamentos amorosos, os fãs orientais preferem que seus ídolos foquem apenas em suas carreiras (ROCHA, 2023) Além disso, as relações entre *idols* e fãs na Ásia, principalmente na Coreia do Sul, são baseadas em uma admiração extrema, cultuando a imagem da celebridade e envolvendo práticas de parassocialidade para criar a impressão de intimidade com os fãs (HANY, 2020). Isso dá aos ídolos do K-pop não apenas o status de celebridades, mas também de influenciadores digitais.

### **Regime de Visibilidade e Celebridades: discussões sobre privacidade**

A distinção entre "figura pública" e "celebridade" pode ser vista na função e nas expectativas sociais associadas a cada um. Segundo França (2014), figuras públicas são aquelas que ocupam cargos ou posições importantes para a vida coletiva, devendo se ater ao bem comum e ao interesse público, com transparência em suas ações. Celebridades, por outro lado, são frequentemente figuras da indústria do entretenimento cuja visibilidade e influência derivam da fama e da mídia, e não necessariamente do compromisso com o bem público ou prestação de contas.

A fama e a celebração de indivíduos são fenômenos sociais que refletem a valorização da visibilidade e da autoexposição em nossa sociedade. A democratização das tecnologias de comunicação e as mudanças nos padrões sociais permitiram que mais pessoas aspirassem ao estrelato, revelando as dinâmicas culturais contemporâneas. Figuras públicas, que ocupam posições relevantes para a coletividade, têm responsabilidades de transparência e prestação de contas. Em contraste, celebridades são muitas vezes produtos da construção midiática, onde a fama, derivada do latim "fama" (voz pública), é amplificada pela mídia e pode resultar tanto de ações individuais quanto de estratégias mediáticas. (FRANÇA, 2014).

A análise do fenômeno das celebridades requer a compreensão dos fatores que levam algumas pessoas a alcançarem posições de destaque. Elementos como desempenho, carisma, beleza e ocupação de posições relevantes são cruciais para atrair atenção e ganhar visibilidade na mídia. Segundo França (2014), Geertz (2000) afirma

---

que o carisma é uma interação intencional, não apenas um fenômeno psicológico, e que o valor simbólico de um indivíduo está relacionado às suas conexões sociais.

A ascensão de celebridades é influenciada pela dinâmica social e política do momento, refletindo os valores da sociedade. Teorias sobre o culto à celebridade variam: a Teoria Crítica vê celebridades como mercadorias que fomentam consumo e alienação, enquanto outra perspectiva as vê como fontes de satisfação e desejo social, atendendo às necessidades de celebração e prazer.

Em seus estudos sobre celebridades, França (2014) utiliza alguns aspectos destacados por Edgar Morin sobre a dupla natureza das celebridades, que provocam tanto projeção quanto identificação. Esses artistas atraem admiradores por suas semelhanças e diferenças, representando modelos ideais ou de alteridade.

As redes sociais são ferramentas cruciais na promoção e projeção de celebridades, permitindo um contato mais direto e frequente com os fãs. Essa nova dinâmica transforma a forma como artistas constroem e mantêm suas imagens, que antes eram mais controladas e polidas. A intersecção entre mídia, celebridades e redes sociais gera um fenômeno complexo, aumentando a responsabilidade de transparência e prestação de contas das celebridades em relação ao público.

Nos primórdios do estabelecimento do conceito de figuras públicas, o status de celebridade era reservado apenas para uma elite de sangue, poder, beleza, destreza e competência. Hoje, qualquer pessoa pode aspirar ao estrelato, mesmo sem características excepcionais. Indivíduos comuns podem agora buscar destaque graças às novas tecnologias que facilitam a produção e veiculação de conteúdo, além das redes sociais que promovem a visibilidade pública (FRANÇA, 2014).

Mudanças nas configurações sociais e midiáticas, como a ascensão das classes populares, permitiram maior inclusão de personagens diversos na mídia. A visibilidade se tornou um valor importante, com o exibicionismo sendo incentivado e valorizado. A cultura contemporânea é marcada pelo individualismo, e a fama se tornou uma aspiração comum, refletindo os valores e dinâmicas culturais do nosso tempo. A democratização das tecnologias de comunicação possibilitou que mais pessoas aspirassem ao estrelato, evidenciando a complexidade do fenômeno das celebridades (MARTINO & MARQUES, 2022).

---

Porém, é por meio da presença dessas celebridades nas redes sociais que se apresenta a discussão de público e privado dentro dessa dinâmica. Estar presente nas redes sociais hoje é sinônimo de visibilidade, e para uma pessoa célebre, sua presença no mundo digital os aproxima ainda mais de seus fãs e ajuda a manter e atualizar a relação de curiosidade acerca da vida dos famosos.

Não só como as redes sociais, mas a massiva presença desses ídolos de K-pop na mídia, seja de forma celebratória ou não, os aproxima ainda mais do seu público. Trazendo assim uma dinâmica que não fica presa ao tradicionalismo das dinâmicas entre as celebridades clássicas, mas que se pauta em uma dinâmica de quase um influenciador digital.

Karhawi (2017) observa que os seguidores de influenciadores digitais sentem uma "intimidade percebida" com eles, o que difere da relação com celebridades clássicas. Abidin (2017) explica que esses influenciadores estabelecem interações parassociais para criar essa proximidade. No caso dos ídolos de K-pop, essa dinâmica é intensificada. Apesar de exibirem características tradicionais de celebridades, eles também adotam elementos dos influenciadores digitais. Através das redes sociais e de extensas transmissões ao vivo com o intuito de se comunicar e criar laços com seus fãs<sup>3</sup>, os ídolos de K-pop cultivam uma sensação de intimidade, fazendo com que seus admiradores se sintam emocionalmente conectados e próximos a eles.

Essa proximidade entre *Idols* e seus fãs vem através das relações de parassocialidade, uma prática que além de angariar admiradores fervorosos a esses artistas, também exerce a função de controle das carreiras desses artistas, assuntos que serão abordados mais à frente nesta discussão.

Horton e Wohl (1956) investigaram como figuras públicas, como personalidades de rádio e TV, utilizam diferentes formas de intimidade (comercial, interativa, recíproca, reveladora) para criar uma "interconectividade percebida", interagindo com seu público de maneira a sugerir proximidade. No K-pop, essa dinâmica é intensificada, pois os ídolos desempenham papéis estratégicos em um mercado voltado para o consumo massivo, onde tudo relacionado à sua imagem é explorado comercialmente, transformando sua própria imagem em uma mercadoria.

---

<sup>3</sup> “O dia em que Jungkook, do BTS, dormiu durante uma live”. Disponível em: <<https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/o-dia-em-que-jungkook-do-bts-dormiu-durante-uma-live.phtml>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

---

A internet tornou-se o principal mecanismo de marketing e publicidade do K-pop para os espectadores. Esse estilo de marketing cria uma cultura de fãs específica, moldando aqueles que fazem parte dela em uma sensação de proximidade relativa com os cantores ou ídolos. Isso leva as empresas a aproveitar a influência que têm sobre os fãs através dos relacionamentos parassociais (HORTON & WOHL, 1956). David Horton e R. Richard Wohl foram cientistas sociais que primeiro definiram e explicaram o fenômeno da relação percebida entre um espectador e um performer. O termo que usaram para descrever essa relação é “relacionamento parassocial” ou “interação parassocial.” (SOUDERS, 2022).

Esses relacionamentos imaginários, por sua vez, geram lucro ou fornecem publicidade gratuita através da base de fãs. Porém, a utilização de sua própria figura como produto pode vir a acarretar problemas para o próprio artista e sua vida pessoal, já que a indústria do K-pop faz com que artistas trabalhem meticulosamente para criar uma imagem imaculada, projetando-os como figuras quase perfeitas que personificam o entretenimento.

Este processo envolve treinamento rigoroso em habilidades de performance, aparência física, comportamento e interações públicas. Através de um controle estrito sobre as atividades e a vida pessoal dos *idols*, a indústria garante que suas imagens públicas permaneçam inabaláveis e ideais (HANY, 2020). Redes sociais e conteúdos exclusivos são utilizados para reforçar essa persona impecável, estabelecendo uma conexão profunda e idealizada com os fãs, que frequentemente percebem esses artistas como modelos de perfeição e integridade.

Para Hany (2020), o que distingue o K-pop da música pop ocidental é o rigoroso processo pelo qual cada aspirante a celebridade deve passar:

Baseada na cultura idol japonesa, a Coreia do Sul construiu um sistema para transformar aspirantes a ídolos em ídolos de fato. Antes de realizarem sua estreia, os jovens são trainees, isto é, estagiários das agências de entretenimento, e passam por um intenso processo de treinamento, que pode durar de dois a dez anos; entretanto, sem garantias de que vão construir uma carreira. As crianças e adolescentes escalados pelas empresas passam a maior parte do seu dia estudando canto, dança, rap, atuação, idiomas, instrumentos e desenvoltura dentro e fora dos palcos. Esse treinamento em vários aspectos de desempenho é a principal característica da formação de ídolos do pop sul-coreano, diferente dos ídolos japoneses, que treinam depois do seu debut em um grupo. (HANY, 2020, p. 96).

---

A partir desse treinamento as grandes empresas almejam que seus *trainees* se tornem *idols* que personifiquem o entretenimento (mantendo sua excelência em todas as áreas do entretenimento como canto, dança, rap, atuação, idiomas, instrumentos e desenvoltura dentro e fora dos palco) sul-coreano dentro e fora de sua cultura. Esse modelo de artista o transforma em uma figura carismática que acaba por mobilizar e encantar admiradores mundo afora.

Nos estudos de Hany (2020), o termo "Idol" assume um significado que vai além da simples admiração, sugerindo uma veneração comparável à figuras sobre-humanas. Esse título implica uma expectativa de perfeição e virtude inatingíveis, estabelecendo uma relação de adoração que ultrapassa os limites do comportamento humano comum. Essa dinâmica pode revelar o peso simbólico que recai sobre os artistas, que acabam projetados como exemplos irrealis de conduta e imagem:

Segundo o Dicionário Online de Português, ídolo pode significar "celebridade por quem se tem grande admiração ou a quem se ama apaixonadamente", como ocorre na indústria do entretenimento sul-coreana, mas também pode se referir a "estátua que representa uma divindade que se adora", "pessoa à qual se prodigam louvores excessivos" e, no sentido religioso, "pessoa a quem se atribui qualidades divinas ou representação de um ser fantástico, com atributos divinos". Ídolo, portanto, é um termo que desumaniza quem seja colocado nesse patamar, pois implica a perfeição, algo que o ser humano não é capaz de alcançar (HANY, 2020, p. 97)

Esse perfil de ídolo acaba por agrupar uma grande quantidade de fãs, que consumirão a imagem dessa figura, se apegando a ela e acreditando que entre eles há uma relação de proximidade quase íntima. Os influenciadores se envolvem com seus seguidores de maneira a criar a impressão de uma troca íntima e exclusiva, tanto em interações digitais quanto físicas. Aqui, "íntimidade" é a mesma entendida por Abidin (2021) que é compreendida pela maneira de familiaridade e proximidade que com que esses seguidores se sentem em relação ao seu ídolo, criando uma imagem idealizada e imaculada desses artistas.

Esse tipo de relação fomenta não só a indústria, que angaria capital trabalhando e vendendo a imagem dos *idols*, mas que também consegue controlar a vida de seus artistas dentro de um aspecto pessoal. Mesmo figuras com grande exposição midiática têm sua obra priorizada, e não sua figura pública. No K-pop, o fã médio, especialmente o doméstico, que nasceu no mesmo processo e está totalmente absorvido por essa

lógica, não quer apenas apreciar o trabalho do seu ídolo, como também consumi-lo por inteiro. Hany (2020) afirma que:

Esse sólido sistema no qual o gênero se apoia, especialmente no seu país natal, naturaliza demandas absurdas aos ídolos provenientes da empresa, da mídia e do seu público. Esse sólido sistema no qual o gênero se apoia, especialmente no seu país natal, naturaliza demandas absurdas aos ídolos provenientes da empresa, da mídia e do seu público. Para muitos fãs sul-coreanos, as rígidas regras são necessárias para manter o ídolo como um objeto digno de adoração, caso contrário, na ocasião de um escândalo ou comportamento fora do esperado, os fãs podem se voltar contra seus favoritos e exigir que saiam do mundo do entretenimento (HANY, 2020, p. 98)

Sibilia (2015) discute a relação entre visibilidade e autenticidade na vida dos astros do K-pop, destacando que, na era da superexposição midiática, a autenticidade se torna uma performance calculada. Os ídolos enfrentam intenso escrutínio público, onde suas vidas pessoais são frequentemente reveladas involuntariamente, desafiando a linha entre a imagem pública cultivada e a autenticidade percebida pelos fãs. Essa visibilidade não convocada impõe a necessidade de transparência, expondo a dicotomia entre o desejo dos fãs por conexão genuína e a necessidade dos ídolos de controlar sua imagem pública.

As empresas que gerenciam ídolos de K-pop impõem cláusulas de "proibição de namoro" para evitar impactos na carreira dos artistas, refletindo uma cultura que prioriza a vida profissional sobre questões pessoais. Muitos ídolos, geralmente com menos de 30 anos, enfrentam restrições à liberdade pessoal para atender às expectativas do público e do mercado (HANY, 2020). Essa dinâmica cria um regime que força a exposição não convocada da intimidade dos ídolos, transformando suas vidas pessoais em espetáculo, quando o foco deveria ser apenas sua obra.

No cenário do K-pop, diversos ídolos tiveram suas vidas privadas expostas, gerando reações intensas tanto de apoio quanto de desaprovação por parte dos fãs. Um exemplo marcante é o caso do cantor Chen, do grupo Exo, que anunciou seu casamento e a gravidez de sua noiva em janeiro de 2020<sup>4</sup>. A revelação gerou uma divisão entre os fãs, com alguns expressando apoio e felicidade pelo cantor, enquanto outros exigiram sua saída do grupo, alegando que ele havia quebrado a imagem idealizada de um ídolo.

---

<sup>4</sup> “Chen, integrante do EXO, escreve carta aos fãs revelando que vai se casar”. Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/entretenimento/chen-integrante-do-exo-escreve-carta-aos-fas-revelando-que-vai-se-casar>>. Acesso em: 30 jun. 2024.



---

Outro caso significativo e recente é o de Kim Sung-joo<sup>5</sup>, do grupo Uniq, cuja vida privada foi exposta no começo de 2024, quando em uma *live* um de seus colegas de grupo acabou revelando que Sung-joo tinha um filho, em seguida o cantor, da mesma forma que Karina, também publicou em suas redes sociais uma carta escrita a punho confirmando sua paternidade e também revelando que está em um relacionamento amoroso com a mãe de seu filho. Esses e outro casos evidenciam a intensa vigilância sobre a vida privada dos ídolos de K-pop e a expectativa de que eles mantenham uma imagem pública impecável, refletindo as complexas dinâmicas das relações parassociais e a influência das normas culturais sul-coreanas sobre o comportamento dos ídolos e a reação dos fãs.

Em fevereiro de 2024, a imprensa sul-coreana anunciou que a líder do grupo feminino Aespa, a cantora e rapper Yu Ji-min, mais conhecida como Karina, estava em um relacionamento com o ator sul-coreano Lee Jae-Wook<sup>6</sup>. Além da imprensa anunciar que os artistas haviam se conhecido em janeiro do mesmo ano quando os dois sentaram-se lado a lado em um desfile da Prada, na Fashion Week de Milão. Os dois são embaixadores da marca na Coreia do Sul, e mais tarde, se soube que após o evento, eles continuaram se vendo em Seul.

Durante um desfile, Karina e Jae-Wook apenas posaram para fotos. Seis semanas depois, o veículo de fofocas Dispatch divulgou imagens dos dois em locais próximos aos seus domicílios, sugerindo encontros. Um informante mencionou que eles se apaixonaram à primeira vista no desfile. No dia seguinte à confirmação do namoro, as agências C-JeS Studio<sup>7</sup>, e SM Entertainment dos artistas confirmaram a relação.

---

<sup>5</sup> “Sungjoo (UNIQ) revela ser casado e ter um filho após mostrar áudio em transmissão ao vivo”. Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2024/03/sungjoo-uniq-revela-ser-casado-e-ter-um-filho-apos-mostrar-audio-em-transmissao-ao-vivo/>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

<sup>6</sup> “Karina, do aespa, e astro da Netflix, Lee Jaewook, estão namorando”. Disponível em: <<https://revistaque.globo.com/entretenimento/k-pop/noticia/2024/02/karina-do-aespa-e-astro-da-netflix-lee-jaewook-estao-namorando.ghtml>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

<sup>7</sup> C-JeS Studios, anteriormente conhecida como C-JeS Entertainment, é uma empresa de entretenimento sul-coreana fundada em 2009, responsável pela gestão de diversos artistas.



Da esquerda para a direita: o ator Lee Jae-Wook e a cantora Karina do Aespa.

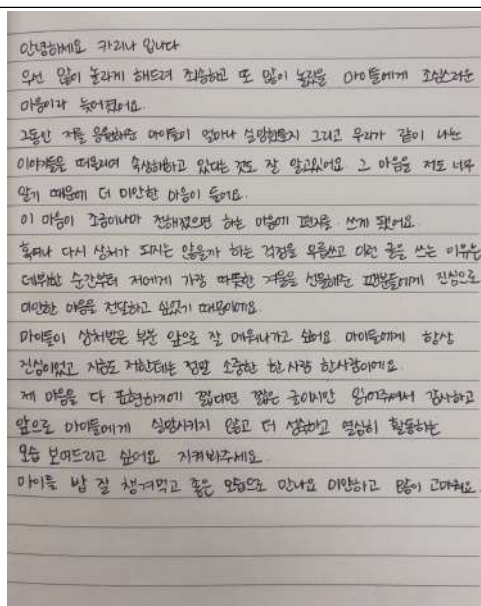
Após a confirmação das empresas, fãs asiáticos do grupo Aespa se revoltaram com a notícia, e para manifestar sua indignação com o relacionamento de Karina enviaram caminhões com um painéis eletrônicos para a sede da SM Entertainment, localizada em Gangnam, um dos distritos mais ricos da capital Seul.



Painel eletrônico com mensagem dos fãs para Karina.

O painel continha os seguintes dizeres: “Você já não recebe amor suficiente de seus fãs?” dizia. “Por que você escolheu trair seus fãs? Por favor, peça desculpas. Caso contrário, você terá uma queda nas vendas de álbuns e lugares vazios nos shows” e “Você deveria sentir mais pena de si mesma por seus 7 anos de esforço do que dos fãs! Você bagunçou seu próprio caminho. Todos os seus esforços estão sendo negados devido a um boato sobre namoro! Você está satisfeita?”. Após o ocorrido, Karina veio a público por meio de seu Instagram, no qual tem 12,7 milhões de seguidores, e postou uma imagem de uma carta escrita à mão<sup>8</sup>, na qual pediu desculpas aos seus fãs.

<sup>8</sup> “Karina (aespa) publica carta com pedido de desculpas após assumir namoro com Lee Jae-Wook”. Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2024/03/karina-aespa-publica-carta-com-pedido-de-desculpas-apos-assumir-namoro-com-lee-jae-wook/>>. Acesso em: 30 jun. 2024.



Carta da cantora que foi publicada em seu Instagram pessoal

Na carta, que foi traduzida por fãs nas redes sociais<sup>9</sup>, Karina pede “sinceras desculpas” aos apoiadores e promete “mais maturidade e dedicação” no futuro. Ela reconhece a decepção dos fãs em relação ao relacionamento e expressa seu desejo de compensar aqueles que se sentiram feridos. Karina reafirma sua sinceridade e valoriza cada um de seus fãs, destacando que apenas ela enfrentou as consequências do anúncio do namoro.

O relacionamento de Karina e Lee Jae-wook, após um anúncio conturbado e a má recepção dos fãs, chegou ao fim no início de abril. O término, comunicado pelas agências dos artistas cerca de cinco semanas após o anúncio público, foi descrito como amigável. As agências relataram que os conflitos de agenda e a necessidade de focar nas carreiras levaram à decisão de encerramento.

### Metodologia de Análise de Conteúdo e Discussão dos Resultados

A metodologia deste trabalho será a análise de conteúdo, conforme Martino (2018), que é útil para investigar a recepção dos fãs a eventos midiáticos, como o namoro da cantora Karina do Aespa com o ator Lee Jae-wook. Após a revelação, Karina pediu desculpas, gerando muitos comentários nas redes sociais. Ao analisar os tweets de

<sup>9</sup> Tradução da carta de Karina pela fanbase “info aespa” na rede X. Disponível em: <https://x.com/infoaespa/status/1765031281660686389?s=46>. Acesso em: 30 jun. 2024.

fãs brasileiros, é possível identificar padrões de apoio ou desaprovação, evidenciando a complexidade das expectativas dos fãs e a influência das normas culturais sul-coreanas na relação com os ídolos.

A análise dos comentários feitos no Twitter por fãs brasileiros permite identificar categorias como expressões de apoio, desaprovação, interações parassociais, influência das normas culturais, impacto emocional e a globalização do K-pop. Comentários que manifestam solidariedade e compreensão revelam o apoio à privacidade dos ídolos, enquanto as expressões de desapontamento refletem a internalização das normas culturais sul-coreanas. As interações parassociais evidenciam a percepção de uma conexão pessoal com Karina, influenciando a percepção de autenticidade e performance. Além disso, a diversidade de opiniões e sentimentos, desde empatia até frustração, destaca a complexidade emocional envolvida e demonstra a influência global do K-pop, revelando como padrões culturais são reproduzidos ou contestados pelos fãs de diferentes regiões. Essas categorias de análise proporcionam uma compreensão aprofundada das expectativas dos fãs e das implicações emocionais e sociais do fenômeno K-pop.

Apresentam-se a seguir alguns dos comentários analisados, organizados de acordo com as categorias pré-definidas:



Imagem 1: Impacto da globalização do K-pop nos comentários de fãs brasileiros<sup>10</sup>.

Fonte: X (antigo Twitter)

<sup>10</sup> Alguns relacionamentos entre celebridades sul-coreanas são marcados por uma diferença de idade, comumente com o homem sendo mais velho que a mulher. Esse padrão reflete tradições culturais, onde se valoriza a ideia de que o homem, mais velho, oferece maior maturidade e estabilidade ao relacionamento, um aspecto ainda presente em alguns contextos da sociedade sul-coreana.



Imagem 2: Interações parassociais de fãs com Karina nas redes.

Fonte: X (antigo Twitter).

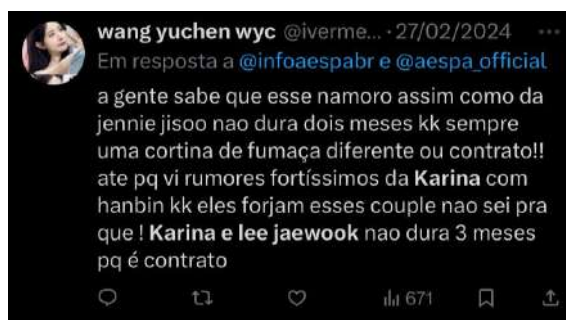


Imagem 3: Comentários de desaprovação ao relacionamento de Karina e Lee Jae-Wook<sup>11</sup>.

Fonte: X (antigo Twitter).



Imagem 4: Expressões de apoio dos fãs a Karina e Lee Jae-Wook.

Fonte: X (antigo Twitter).

<sup>11</sup> Alguns fãs teorizam que certos relacionamentos entre celebridades sul-coreanas são usados pelas agências como estratégia de marketing para desviar a atenção de polêmicas envolvendo outros artistas da mesma empresa ou grupo. Essas revelações são vistas como uma forma de proteger a imagem pública.

Para a análise, foram coletados aproximadamente 30 comentários de fãs brasileiros no X (antigo Twitter), utilizando palavras-chave como "Karina e Lee Jae-wook", "Carta Karina Aespa" e "Karina/namorado". Os comentários coletados foram publicados nos dias 27/02/2024, 05/03/2024 e 02/04/2024, visando selecionar postagens relevantes ao estudo. Por meio desta coleta, foi possível perceber que os fãs brasileiros ao mesmo tempo têm uma percepção diferente dos fãs asiáticos quando o assunto é sobre ídolos em relacionamentos amorosos, ainda é perceptível que existe uma certa aversão ao assunto, como é possível ver na Imagem 3, que engloba as categorias globalização do K-pop, interações parassociais, e um pouco da categoria desaprovação, já que são citados padrões culturais nesses tipos de relacionamento e uma teoria de que o relacionamento seria falso, caracterizando uma negação a um fato verídico. Nas outras imagens é possível inferir que havia um certo apoio dos fãs neste relacionamento em específico, tendo empatia pela situação, algo que fica explícito na Imagem 4, que foi publicada próxima a data do anúncio do término do relacionamento do casal.

A análise dos comentários de fãs brasileiros no Twitter revela diversas reações, incluindo apoio, desaprovação, interações parassociais e reflexos das normas culturais sul-coreanas. Essas interações demonstram uma conexão pessoal com Karina do grupo Aespa, influenciando percepções de autenticidade e emocionalmente complexas. A diversidade de opiniões reflete tanto empatia quanto frustração, destacando a complexidade e a influência global do fenômeno K-pop.

## REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. **Communicative ♥ Intimacies**. 2021.

FRANÇA, Vera. **Celebridades: identificação, idealização ou consumo?** In.: FRANÇA, Vera. et al. *Celebridades no Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

GEERTZ, Clifford. **Centros, reis e carisma: reflexões sobre o simbolismo do poder**. In: *O saber local*. Petrópolis: Vozes, 2000. p.182-219.

HANNY, Dunia Schabib. **K-Pop a Fantástica Fábrica de Ídolos**. 2020

HORTON, D.; WOHL, R. **Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance**. *Psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215-229, 1956.

KARHAWI, Issaaf. **Na tela da TV e do computador: as celebridades youtubers**. 2017

---

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas.** Petrópolis: Editora Vozes, 2018.

Martino, L. M. S. Marques, C. S. "Política, Cultura Pop e Entretenimento: O improvável encontro que está transformando a democracia contemporânea." Editora Sulina 2022.

ROCHA, Maria Antônia Azevêdo Teixeira. **A influência das celebridades na construção da identidade dos fãs: o caso do fandom ARMY do BTS.** Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2022.

SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível.** Fronteiras, São Leopoldo, v. 17, n. 3, p. 353-364, 2015.

SOUDERS, Avery J. **The New Pied Pipers: The Globalization of K-pop and the Role of Parasocial Relationships.** 2022.

## REFERÊNCIAS DE REPORTAGENS E PUBLICAÇÕES EM REDES SOCIAIS

**CHEN, integrante do EXO, escreve carta aos fãs revelando que vai se casar.** Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/entretenimento/chen-integrante-do-exo-escreve-carta-aos-fas-revelando-que-vai-se-casar>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**KARINA (aespa) e Lee Jae-Wook confirmam o fim do relacionamento.** Disponível em: <[https://revistakoreain.com.br/2024/04/karina-aespa-e-lee-jae-wook-confirmam-o-fim-do-relacionamento/#google\\_vignette](https://revistakoreain.com.br/2024/04/karina-aespa-e-lee-jae-wook-confirmam-o-fim-do-relacionamento/#google_vignette)>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**KARINA (aespa) publica carta com pedido de desculpas após assumir namoro com Lee Jae-Wook.** Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2024/03/karina-aespa-publica-carta-com-pedido-de-desculpas-apos-assumir-namoro-com-lee-jae-wook/>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**KARINA, do aespa, e astro da Netflix, Lee Jaewook, estão namorando.** Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/entretenimento/k-pop/noticia/2024/02/karina-do-aespa-e-astro-da-netflix-lee-jae-wook-estao-namorando.ghtml>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**O dia em que Jungkook, do BTS, dormiu durante uma live.** Disponível em: <<https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/o-dia-em-que-jungkook-do-bts-dormiu-durante-uma-live.phtml>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**SUNGJOO (UNIQ) revela ser casado e ter um filho após mostrar áudio em transmissão ao vivo.** Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2024/03/sungjoo-uniq-revela-ser-casado-e-ter-um-filho-apos-mostrar-audio-em-transmissao-ao-vivo/>>. Acesso em: 30 jun. 2024.

**Tradução da carta de Karina pela fanbase “info aespa” na rede X.** Disponível em: <<https://x.com/infoespabr/status/1765031281660686389?s=46>>. Acesso em: 30 jun. 2024.